

Farmacias hoy

SALUD, COMPETENCIA Y RENTABILIDAD

Cada vez más farmacéuticos perciben los mecanismos de provisión de productos y acceso a adelantos científicos y tecnológicos como un todo integrado, donde proveedores y clientes —laboratorios, distribuidores y farmacias— son parte de la misma sociedad. La red de farmacias permite integrar la calidez y el profesionalismo del farmacéutico con la posibilidad de encontrar todo lo necesario referente a la salud.

LA CALIDAD DE VIDA NO SE DESREGULA

Por Martín Sacchi

La calidad de vida de un país se encuentra estrechamente vinculada con su economía, por lo tanto se hace necesario compatibilizar los legítimos intereses empresarios con el bienestar de la población. Existe una realidad económica ineludible: la producción, prescripción y venta masiva de medicamentos; y no se trata de estar a favor o en contra de dichas actividades, cuyos beneficios y necesidad son indiscutibles, sino de controlar y observar su funcionamiento.

Cada vez que un paciente introduce una droga en su organismo se produce una transformación. Existen medicamentos muy potentes que producen efectos poderosos en el cuerpo. En algunos casos, la diferencia entre la dosis requerida para producir el efecto terapéutico deseado y la suficiente para causar un efecto no deseado puede ser estrecha. Por lo tanto, la fabricación de especialidades medicinales conlleva un alto grado de responsabilidad en lo atinente a las medidas de seguridad en su elaboración debido a las consecuencias que su incumplimiento puede ocasionar en la salud de los pacientes que las consumen. Las fallas de elaboración de un medicamento están lejos de ser la única causa de posibles daños. Estos también pueden provenir de una deficiente prescripción médica, de negligencia o imprudencia en la distribución de medicamentos, etc. Cualquiera de estas fallas afecta la salud de seres humanos, por lo tanto deben ser prevenidas y anticipadas. Muchas veces estos perjuicios resultan permanentes y repararlos resulta irrelevante ante el grave daño que pueda sufrir el paciente. Por todo lo expresado es importante incentivar la necesidad de educar al paciente a fin de fomentar la prevención del riesgo. En este sentido el rol docente del médico y el farmacéutico cumple un papel primordial e irremplazable. Sin perjuicio de ello, tanto el Estado como instituciones intermedias deben encarar campañas masivas en ese sentido.

La responsabilidad civil debe aparecer entonces distribuyendo los costos del progreso siguiendo criterios económicos, morales y de justicia. El control jurídico sobre el riesgo de la empresa debe tender en forma prioritaria a la prevención de los daños; y una vez causados disponer su resarcimiento. Los intereses colectivos de los consumidores no cuentan en nuestro ordenamiento jurídico vigente con un régimen que le suministre protección jurisdiccional acorde con su importancia y con la intensidad que demanda su tutela. El tema penetra en el trascendente campo de la lucha por el logro del acceso colectivo a la Justicia. Las iniciativas sobre el particular están dirigidas primordialmente a los siguientes propósitos: la prevención de las acciones dañosas, la legitimación de las asociaciones y organismos públicos especializados en la defensa del consumidor, la agilización de los procedimientos judiciales y la extensión de los efectos de las sentencias en favor de todos los miembros del grupo o categoría de consumidores interesados.

Según la legislación vigente, el Estado nacional es quien debe ejercer el adecuado control preventivo de calidad de los productos medicinales que se encuentran en circulación.

Sin embargo, este Estado desquiciado, que no cuenta con los recursos mínimos para garantizar una adecuada conservación de la salud de sus ciudadanos, ve debilitada día a día su capacidad de control. A mediados del año pasado eran cinco las personas que componían toda la estructura del Estado nacional para controlar los medicamentos producidos en el país por alrededor de 300 laboratorios autorizados. Paradójicamente, la cantidad de aprobaciones de especialidades medicinales ha sido en nuestro país, en los últimos años, notoriamente superior a la de los países más desarrollados. Frente a esta desprotección es fundamental que el paciente cuente con la confianza que debe brindar el ejercicio profesional responsable de médicos y farmacéuticos.

Es, por lo tanto, de vital importancia que el Estado asuma como prioridad absolutamente indelegable la de velar por la salud de la población. Tratamos pues de desvirtuar una tendencia pseudo liberalista, que nada tiene que ver con el liberalismo moderno y que tiende a hacer desaparecer el papel del Estado en todos los campos, aun en el de la salud, sin otra consecuencia que la agresión al individuo.



LA CALIDAD DE VIDA NO SE DESREGULA

Por Martín Sacchi

La calidad de vida de un país se encuentra estrechamente vinculada con su economía, por lo tanto se hace necesario compatibilizar los legítimos intereses empresarios con el bienestar de la población. Existe una realidad económica ineludible: la producción, prescripción y venta masiva de medicamentos; y no se trata de estar a favor o en contra de dichas actividades, cuyos beneficios y necesidad son indiscutibles, sino de controlar y observar su funcionamiento.

Cada vez que un paciente introduce una droga en su organismo se produce una transformación. Existen medicamentos muy potentes que producen efectos poderosos en el cuerpo. En algunos casos, la diferencia entres la dosis requerida para producir el efecto terapéutico deseado y la suficiente para causar un efecto no deseado puede ser estrecha. Por lo tanto, la fabricación de especialidades medicinales conlleva un alto grado de responsabilidad en lo ateniente a las medidas de seguridad en su elaboración debido a las consecuencias que su incumplimiento puede ocasionar en la salud de los pacientes que las consumen. Las fallas de elaboración de un medicamento están lejos de ser la única causa de posibles daños. Estos también pueden provenir de una deficiente prescripción médica, de negligencia o imprudencia en la distribución de medicamentos, etc. Cualquiera de estas fallas afecta la salud de seres humanos, por lo tanto deben ser prevenidas y anticipadas. Muchas veces estos perjuicios resultan permanentes y repararlos resulta irrelevante ante el grave daño que pueda sufrir el paciente. Por todo lo expresado es importante incentivar la necesidad de educar al paciente a fin de fomentar la prevención del riesgo. En este sentido el rol docente del médico y el farmacéutico cumple un papel primordial e irremplazable. Sin perjuicio de ello, tanto el Estado como instituciones intermedias deben encarar campañas masivas en ese sentido.

La responsabilidad civil debe aparecer entonces distribuyendo los costos del progreso siguiendo criterios económicos, morales y de justicia. El control jurídico sobre el riesgo de la empresa debe tender en forma prioritaria a la prevención de los daños; y una vez causados disponer su resarcimiento. Los intereses colectivos de los consumidores no cuentan en nuestro ordenamiento jurídico vigente con un régimen que le suministre protección jurisdiccional acorde con su importancia y con la intensidad que demanda su tutela. El tema penetra en el trascendente campo de la lucha por el logro del acceso colectivo a la Justicia. Las iniciativas sobre el particular están dirigidas primordialmente a los siguientes propósitos: la prevención de las acciones dañosas, la legitimación de las asociaciones y organismos públicos especializados en la defensa del consumidor, la agilización de los procedimientos judiciales y la extensión de los efectos de las sentencias en favor de todos los miembros del grupo o categoría de consumidores interesados.

Según la legislación vigente, el Estado nacional es quien debe ejercer el adecuado control preventivo de calidad de los productos medicinales que se encuentran en circulación.

Sin embargo, este Estado desquiciado, que no cuenta con los recursos mínimos para garantizar una adecuada conservación de la salud de sus ciudadanos, ve debilitada día a día su capacidad de control. A mediados del año pasado eran cinco las personas que componían toda la estructura del Estado nacional para controlar los medicamentos producidos en el país por alrededor de 300 laboratorios autorizados. Paradójicamente, la cantidad de aprobaciones de especialidades medicinales ha sido en nuestro país, en los últimos años, notoriamente superior a la de los países más desarrollados. Frente a esta desprotección es fundamental que el paciente cuente con la confianza que debe brindar el ejercicio profesional responsable de médicos y farmacéuticos.

Es, por lo tanto, de vital importancia que el Estado asuma como prioridad absolutamente indelegable la de velar por la salud de la población. Tratamos pues de desvirtuar una tendencia pseudo liberalista, que nada tiene que ver con el liberalismo moderno y que tiende a hacer desaparecer el papel del Estado en todos los campos, aun en el de la salud, sin otra consecuencia que la agresión al individuo.



SALUD, COMPETENCIA Y RENTABILIDAD

El decreto 2284/91 marcó un cambio fundamental en las reglas de juego de la comercialización de medicamentos.

El profesional farmacéutico y su oficina, la farmacia, que por imperio de la Ley Nº 17.565 tenía el monopolio de la dispensación de productos para la medicina humana, debía empezar a competir con otros sistemas de comercialización, entre ellos los supermercados, a priori más eficientes.

Hacia fines de 1991, el futuro de la farmacia se mostraba sumamente incierto. El supermercadismo tenía la posibilidad de vender directamente los llamados productos OTC (medicamentos de venta libre) y podía incorporar una farmacia (con un farmacéutico) a sus locales de venta.

A siete meses de la firma del decreto 2284 las farmacias parecieran estar superando exitosamente el proceso de desregulación.

¿Qué ha cambiado en tan poco tiempo? Para contestar esta pregunta se deberá partir de ciertas premisas básicas.

1. La compra de medicamentos, a diferencia de otros productos, no puede, en general, ser programada, ni generarse por impulso.

2. El consumidor de medicamentos busca en el momento de la compra cierto grado de contención y seguridad que tradicionalmente le dio la farmacia.

3. En los medicamentos dispensados bajo receta, el consumidor (paciente), el decididor de compra (médico) y el que paga (obras sociales, medicina prepaga) no son la misma persona.

Ante ello el farmacéutico y su farmacia aceptaron el desafío que estableció el decreto 2284/91 y comprendió que su rol profesional debía incluir aprender a competir.

La competencia exitosa implicaba conocer cuáles eran las fuentes de sus ventajas competitivas y cuáles sus principales desventajas:

SITUACION COMPETITIVA

Ventajas	Desventajas
• Presencia del farmacéutico	• Pocos productos (Indiferenciación)
• Conocimiento del mercado de medicamentos	• Poco conocimiento de lo "comercial"
• Eficiente rol de la distribución	• Falta de agresividad comercial

Conocida su situación, el farmacéutico comienza a estrechar filas bajo tres consignas:

1. Mejorar su rentabilidad sin generar una presión alcista sobre los precios.

2. Aprovechar el canal de distribución.

3. Destacar su rol profesional.

Con relación al primer punto es importante aclarar que desde el inicio del Plan de Convertibilidad los costos de una farmacia promedio, medidos por la evolución de las tarifas públicas, los salarios del sector servicios y el Indice de Precios al Consumidor, se incrementaron más que sus ingresos, medidos como evolución de los precios de los medicamentos.

A ello debía adicionársele que la farmacia estaba en condiciones de vender otros productos que le permitieran, al farmacéutico, un mayor margen de rentabilidad.

De alguna manera el mensaje del "decreto desregulador" podía leerse al revés: ¿por qué no comercializar más productos nosotros (las farmacias)? Y a ello se abocaron.

Vinculado a esto último está el hecho de que el sistema de distribución de medicamentos a las farmacias es, aunque como todo mejorable, claramente eficiente.

En muchos lugares, alejados de centros urbanos, las cooperativas y las droguerías distribuyen el producto diariamente. En centros urbanos la presencia del distribuidor se observa hasta tres veces en un mismo día.

Esta situación planteaba por un lado el aprovechamiento integral del sistema (más productos, más servicios) pero a la vez compartir el negocio que implica el manejo de los inventarios.

Aprovechando esta fortaleza del sistema de abastecimiento, el farmacéutico y sus organizaciones comienzan a percibir los mecanismos de provisión de productos como un todo integrado donde, a la manera japonesa, proveedores y clientes (laboratorios, distribuidores, farmacias) son parte de la misma sociedad, donde el éxito de uno es, a la postre, el éxito de todos.

Se conforma a partir de ello un aprovechamiento del local de ventas (la farmacia) para una mayor oferta de productos y servicios.

Pero, y siempre hay un pero en las historias, el final feliz de la misma dependerá *fundamentalmente* de que la mayor oferta de productos esté vinculada al rol que el farmacéutico necesariamente debe cumplir en su oficina.

Existe una serie de productos y servicios a partir de los cuales se aprovecha la principal ventaja de la farmacia: el farmacéutico: lo contrario será convertir la oficina farmacéutica en un bazar, y aquí es factible que el supermercado sea más eficiente.





SALUD, COMPETENCIA Y RENTABILIDAD

El decreto 2284/91 marcó un cambio fundamental en las reglas de juego de la comercialización de medicamentos.

El profesional farmacéutico y su oficina, la farmacia, que por imperio de la Ley Nº 17.565 tenía el monopolio de la dispensación de productos para la medicina humana, debía empezar a competir con otros sistemas de comercialización, entre ellos los supermercados, a priori más eficientes.

Hacia fines de 1991, el futuro de la farmacia se mostraba sumamente incierto. El supermercadismo tenía la posibilidad de vender directamente los llamados productos OTC (medicamentos de venta libre) y podía incorporar una farmacia (con un farmacéutico) a sus locales de venta.

A siete meses de la firma del decreto 2284 las farmacias parecieran estar superando exitosamente el proceso de desregulación.

¿Qué ha cambiado en tan poco tiempo? Para contestar esta pregunta se deberá partir de ciertas premisas básicas.

1. La compra de medicamentos, a diferencia de otros productos, no puede, en general, ser programada, ni generarse por impulso.

2. El consumidor de medicamentos busca en el momento de la compra cierto grado de contención y seguridad que tradicionalmente le dio la farmacia.

3. En los medicamentos dispensados bajo receta, el consumidor (paciente), el decididor de compra (médico) y el que paga (obras sociales, medicina prepaga) no son la misma persona.

Ante ello el farmacéutico y su farmacia aceptaron el desafío que estableció el decreto 2284/91 y comprendió que su rol profesional debía incluir aprender a competir.

La competencia exitosa implicaba conocer cuáles eran las fuentes de sus ventajas competitivas y cuáles sus principales desventajas:

SITUACION COMPETITIVA

Ventajas	Desventajas
• Presencia del farmacéutico	• Pocos productos (Indiferenciación)
• Conocimiento del mercado de medicamentos	• Poco conocimiento de lo "comercial"
• Eficiente rol de la distribución	• Falta de agresividad comercial

Conocida su situación, el farmacéutico comienza a estrechar filas bajo tres consignas:

1. Mejorar su rentabilidad sin generar una presión alcista sobre los precios.

2. Aprovechar el canal de distribución.

3. Destacar su rol profesional.

Con relación al primer punto es importante aclarar que desde el inicio del Plan de Convertibilidad los costos de una farmacia promedio, medidos por la evolución de las tarifas públicas, los salarios del sector servicios y el Indice de Precios al Consumidor, se incrementaron más que sus ingresos, medidos como evolución de los precios de los medicamentos.

A ello debía adicionársele que la farmacia estaba en condiciones de vender otros productos que le permitieran, al farmacéutico, un mayor margen de rentabilidad.

De alguna manera el mensaje del "decreto desregulador" podía leerse al revés: ¿por qué no comercializar más productos nosotros (las farmacias)? Y a ello se abocaron.

Vinculado a esto último está el hecho de que el sistema de distribución de medicamentos a las farmacias es, aunque como todo mejorable, claramente eficiente.

En muchos lugares, alejados de centros urbanos, las cooperativas y las droguerías distribuyen el producto diariamente. En centros urbanos la presencia del distribuidor se observa hasta tres veces en un mismo día.

Esta situación planteaba por un lado el aprovechamiento integral del sistema (más productos, más servicios) pero a la vez compartir el negocio que implica el manejo de los inventarios.

Aprovechando esta fortaleza del sistema de abastecimiento, el farmacéutico y sus organizaciones comienzan a percibir los mecanismos de provisión de productos como un todo integrado donde, a la manera japonesa, proveedores y clientes (laboratorios, distribuidores, farmacias) son parte de la misma sociedad, donde el éxito de uno es, a la postre, el éxito de todos.

Se conforma a partir de ello un aprovechamiento del local de ventas (la farmacia) para una mayor oferta de productos y servicios.

Pero, y siempre hay un pero en las historias, el final feliz de la misma dependerá *fundamentalmente* de que la mayor oferta de productos esté vinculada al rol que el farmacéutico necesariamente debe cumplir en su oficina.

Existe una serie de productos y servicios a partir de los cuales se aprovecha la principal ventaja de la farmacia: el farmacéutico: lo contrario será convertir la oficina farmacéutica en un bazar, y aquí es factible que el supermercado sea más eficiente.

Villa Madero
Farmacia CHERNIAK Cnel. Domínguez 442
Farmacia FELDMAN Primera Junta 599
Farmacia FORTI Alvarez 989
Farmacia MADERO Av. Velez Sarfield 975
Farmacia PEDRO KUNEJKO Alvarez 989
Villa Sarmiento
Farmacia ASPIAZU Marconi 2999
Villa Tesei
Farmacia Lombardo Av.Pedro Díaz 1240

PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Alberti
Farmacia Latorre Uriburu y 1º Mayo
Farmacia Souvairan Azcuénaga 79
Alcorta
F. de Patalano España 798
Alem
Stella Maria Domínguez M. Roldán 400
Ameghino
Carlos A. Formento Tetley 636
Ernesto Roberto Giacomodonato Calle 32 y 9
Arrecifes
Alicia Pando de Girart Dardo Rocha 122
Orlando Antonio Pederiva Sarmiento 241
Claudia R. Soto Urquiza 291
Naranjo S.C.S R. Gutierrez 426
Ayacucho
Marta I. Hidalgo H. Irigoyen 1025
Azul
Farmacia Burgan 25 de Mayo 169
Farmacia Miranda San Martín 969
José L. Colotto Moreno 592
Urrutia SCS Colón 942
Farmacia Lucini Humberto 599
Farmacia Maida San Martín 518
Jacinto O. Marchisio San Martín 39
Farmacia Dupuy San Martín 477
Farmacia Mujica Mitre 153
Farmacia Libertad Mitre 153
Mercedes Pose Colón 818
María A. Restivo Necochea 399
Mercedes Rufail M. Caneva 534
Farmacia Soncini H. Yrigoyen 650
Diana G. Taverna Mitre 817
Farmacia Torlasco Santa Fé y Alvear
Daniel A. Via 25 de M. Guaminí
María T.S. de Colotto Humberto 1º 850
Barker
Farmacia Rural Egizi V. Cacique km. 404
Benito Juárez
Farmacia Moreno Av. Libertad 280
Juan J. Aguilera Riobamba 89
Azucena N. de Abraham Güemes 90
Bolívar
Farmacia Sudiro Alte. Brown 300
Osvaldo A. Casado Av. Gral. Paz 60
Farmacia Fal San Martín 500
Farmacia Gagliardi San Martín 302
Farmacia García Sgto. Cabral 301
Farmacia Del Pueblo San Martín 802
Francisca de Llanos Av. Lavalle 374
Bragado
Elida Breatíz Miraglia Av. San Martín 1801
Luisa D. de Rivolta Elizondo 2398
María M. Squetino Rivadavia 1500
Ana G. González Pellegrini 2057
María Liliana Aureano Bmé. Mitre 770
Norma Isabel Guerrieri Pellegrini 515
Silvia Fratoni de Angelani Rivadavia 1801
Daniel E. Monzón Pellegrini 1801
Bunge
Elida Malas Echeverría Sargento Cabral s/n
Cacharí
Farmacia Cacharí San Martín s/n
Capitán Sarmiento
Carlos Mario Pozzi Alem 708
Beatriz Gilda Kovacevic R. S. Peña 598
Nora María Folguera Av. San Martín 104
Carlos Casares
Farmacia Camiolo Av. Alvear 29
Juan A. Di Meola Maipú 301
Farmacia Fons Julio Ramos 243
Carlos Tejedor
Farmacia Urdangarin Irigoyen 418
Carmen de Areco
Farmacia Italiana San Martín y Saavedra
Farmacia Rocha Av. Mitre 857
Farmacia Depierro Rivadavia 890
Rafael Tomás Echenique Av. Mitre y Rivadavia
Casbas
Mario G. Zuluaga San Martin 767
Chacabuco
Dardo Néstor Figueroa San Martín 161
Margarita Luján Moreno Garay y San Luis
Chillar
Farmacia Lista Cortázar 835
Chivilcoy
Juan Bernardo Visca Pellegrini 249
Irma Adela Rossi de Zubieta Av. Juárez 351
Carmen Elvira Walsh Av. Villarino 121
María Delia Mecca Calderón 146
Boreal Palumbo Av. Mitre 740
Roberto Rangogni Suipacha 80
Clara Mirabile de Borgognini Yapeyú 200
Claudia Gabriela Cha Av. Güemes y Alem
Carlos A. Fernández Av. Sarmiento 241
Haydé Garmendia Av. Villarino 51
Carlos Lucini
Cruz Roja S.C.S C. Pellegrini 250
Coronel Pringles
Rafael Bostard Stegmann 698
Ascensión M. Fernández Rivadavia 978
Celia L. Martín Av. 25 de Mayo 880
Oscar Sorrivas Stegmann 756
Coronel Granada
María Patricia Bracco Güemes s/Nº
Ernestina Panizza Saavedra s/Nº
Coronel Suárez
Pedro Echaide Belgrano 1269
Farmacia Pasteur Belgrano-Rivadavia
Gloria Bertino Lavalle 527
Farmacia del Pueblo Mitre esq. Brandsen
Elortondo
Alberto A. Boveris San Martín 1901
Oscar E. Crovetto San Martín 946
Jorge Guareschi San Martín 1173
Sergio Daniel Requejo 9 de Julio 763
Elisa Beatriz Reynoso Libertad 559
Francisco Madero
Farmacia Santa Teresita Del Valle 111
General Alvear
Silvia G.P. de Vercellone San Martín y Lavalle
General Arenales
Raul María Tiseyra Bmé. Mitre 437
General Belgrano
Farmacia Soloeta San Martín 634
Liliana De Matteo Dr. Torras 801
Cristian A. de Cicco Soloeta-Güemes
General Lamadrid
Farmacia La Gama SCS San Martín y 25 de Mayo
General Levalle
Claudia Beatriz Germani San Martín 444
Mónica Alicia de Gabach Grito de Alcorta 185
General Pinto
Graciela del Río San Martín 301
Sergio Javier Baldoma Mitre 499
Susana M. Estevéz Gral. Villegas y Sarmiento
General Rojo
Colombini S.C.S. San Marin y Argerich
General Villegas
Jose A. Bas Rivadavia 516
Farmacia Del Fitto Vieytes 490
Germania
Carlos Ariel García Rep. Argentina 387
González Cháves
Carlos De Francesco San Martin y Mitre
María R. Fossatti San Martín 6099
El Fénix SCS Eliçagaray 389
Henderson
Farmacia San Carlos Florida 443
Farmacia Urbina Florida 480
Farmacia Russo Rivadavia 371
Juan Fernández
Dolores Minvielle Calle 29 40
Junín
Héctor Hugo Albarracín
La Dulce
Farmacia Albacete H. Irigoyen S/N
Lamadrid
Farmacia Becco Uriburu 925
Néstor Hugo Conte Rodríguez 1484
Farmacia Figueroa Alberti 430
Laprida
Farmacia Bufalo San Martin 1202
María I. Elia Mitre y Pellegrini
María E. Fernández M. J. Pereyra 894
Farmacia La Mutual Av.Pereyra 1270
Las Flores
Lucía J. Balzano Gral. Paz 459
Teresita Di Bernardi Avellaneda 516
A.L.A.F. SCS 25 de Mayo 602
Francisco Selsi San Martín 491
Farmacia Zapata San Martín 843
Libertad
Elena Clausi Vergara 2187
Juan Carlos Poggi B. Justo 2670
Lincoln
Feliciano Alcalde Vera Av. Massey 400
Lobería
Farmacia D'Auro San Martín 375
Cecilia E. Montaldi Av. Campos 14
Lobos
Farmacia Maglione Buenos Aires 1150
Luis O. Pigazzi Rivadavia 570
Los Toldos
Alfredo Emilio Maffeo Coliqueo 70
Fabián Horacio Maffeo Coliqueo 713
Mar de Plata
Farmacia Jacome Edison 1696
Farmacia Abraham Edison 1180
Farmacia Bauzá Alberti 1601
Farmacia Córdoba Córdoba 4546
Farmacia Benzoni Luro 3333
Juan Constantinesco 12 de Octubre 3792
Farmacia del Puerto 12 de Octubre 3499
Farmacia Garay Berutti 4056
Farmacia Iriart Mitre 1275
Farmacia Lizalde C. Tejedor 2156
Marta S. Rateriy Jujuy 2167
Farmacia Cacharí San Martín 1350
Farmacia Wainer Libertad 3499
Sara L. Welisiejko J. B. Justo 5875
Belma L. de Diz 12 de Octubre 3792
Mercedes
Patricia Aschero Calle 16 124
Farmacia del Pueblo Calle 20 esq. 25
Leonardo Ulmer 5alle 33 274
Farmacia Chiminelli Calle 21 y 32
Corina María Silvestre Calle 16 954
Irene González de Clite Calle 24 esq. 7
Eduardo José Telesca Av. 2 360
María Inés Boragno Calle 38 550
Juan José Rolla Calle 29 985
José Aníbal Dova Calle 12 1128
Norma Beatriz de Cabillón Av. 2 552
Mones Cazón
Farmacia Schulman N. Avellaneda 586
Monte
Farmacia Ancinas Alem e Irigoyen
Graciela Genaro Alem y Rojas
María C. Moreda Z.V.Dorna 1037
José Priore Uriburu 701
Necochea
Raúl E. Cristóbal Calle 59 2400
Zilah H. Cruci Cale 59 1201
Julieta Elichiry Calle 57 2799
Farmacia Española Calle 62 2967
Farmacia Pagés Calle 66 2545
Farmacia Pelanda Av. 59 2169
Farmacia Schmidt Calle 59 2847
Miriam de Frigerio Calle 64 2946
María I. P. de Verdera Calle 59 3974
Eva P. de la Sota Av. 59
9 de Julio
Ana M. Irazábal Corrientes 1100
Farmacia Vanina Vedia 302
O'Higgins
Claudio Rasia Martini 112
Olavarría
Liliana Arrouy Rivadavia y Buchardo
Farmacia Gómez Rivadavia 3234
Farmacia González Colón 3999
Farmacia Indo SCS Rivadavia 2601
Patricia A. Jurio Vte. López y Necochea
Silvia E. Spínola Necochea 3282
Gustavo Striebek A. D. Valle 3901
Juan L. Urrutia Rivadavia 2957
Olga H de Alvarez Belgrano 499
Farmacia Martel España 2694
Orense
Farmacia Constantinesco San Martín 112
Pehuajó
Farmacia Cabrera Artigas 66
Farmacia Pehuajó Alsina 671
Jorge R. Fernández Gral. Mitre 360
Farmacia Fernández Sastre y Subirí
Ernesto M. Gallardo Alsina y Alem
Farmacia Gelly Etcheverría-Lavadem
Farmacia Alvarez Mitre 475
Alicia Rossi Labardén 901
Farmacia Cuilci Alem-Chassaing
Farmacia Vacas
María L. de Rosa Landa 453
Pellegrini
Farmacia Rivera Franc. y Moreno
Quequén
Carlos Agüero Machado 519
Rivadavia
Maria Lujan Vaio Marcos Cachau 386
Rojas
Liliana Augusta Delbaldo Gral. Paz 164
Saladillo
Farmacia Bianco Mitre- Estrada
Farmacia Cartelle Moreno-Emparanza
Zulma G. Cicare Moreno 3377
Farmacia Di Giulio Estrada-Empaza
Edgardo Fuillerat Rivadavia 2449
Juan M. Martín Cabral 3398
Mabel Ojinaga Rivadavia 3046
Salliqueló
Roberto A. Alvarez 25 de Mayo 187
Farmacia Descalzo 9 de Julio 531
Nilda I. Pedraz de Monti Alem 84
Salto
Marta Delmira de Francesco Buenos Aires 815
Aldo Saúl Colombi Viamonte 22
María Lidia Mastandrea Buenos Aires y San Martín
San Cayetano
Tulio S. Cosentino 25 de Mayo
Tandil
Ana M. Alba Quintana 620
Mirta B. Alonso Santamaría-Avellaneda
María A. Aranguren España 146
Farmacia Monich y Bufor Buzón 1077
Luis M. Campos Pintos 725
Farmacia Argentina Rodríguez 567
Farmacia Colón SCS Colón 1199
Farmacia del Pueblo San Martín 668
María M. Fernández Rosso Rodríguez 589
Farmacia Florit G. Belgrano 1444
María del Carmen Heer Chacabuco 185
Conrado Marzocca Av. Marconi 1202
Farmacia Dinamarca 9 de Julio 667
Farmacia Central Rodríguez 423
María D. Usandizaga Colón y Machado
Carlos E. Woycik Chacabuco 185
Elcira O. de Fadon Pintos 661
Farmacia Teren Rivadavia 1317
Tapalqué
Farmacia Servin 9 de Julio 499
30 de Agosto
Farmacia Bethouart Laprida 29
Alfredo O. Sánchez Sarmiento 1
Marta E. de Bueno Del Valle 261
Trenque Lauquen
María N. Alastuey Vte. López 121
Graciela Azurabarrena Dorrego 191
Perla E. Boffi Villegas 272
Graciela Luna Villegas 767
Horacio D. Macario Villegas 167
Farmacia Martino Avellaneda-Cuello
José F. Mayo Villegas 402
Francisco L. Pereda Villegas 368
Farmacia Racchi Gr. Irigoyen 471
Tres Algarrobos
Ana María Boccio Rivadavia y Perón
Roberto Fewkes 25 de Mayo S/N
Tres Lomas
Ricardo Bellera Monteverde 154
Farmacia Enríquez Dean Funes 147
Urdampilleta
Valentín Pérez Irigoyen San Martín 479
25 de Mayo
Alma Mancini Del Valle Bs. As.
Vela
María Laura Cosoli Belgrano 228

PROVINCIA DE CORDOBA

Bell Ville
Manuel David Borrageros Pío Angulo 467
Cruz Alta
Lorenzo Oscar Matar Garibaldi 882
Marta Rizzo de Vojvoda San Martín 890
Guatimozin
Osvaldo Hugo Angeli Buenos Aires y E. Ríos
Huinca Renanco
Pablo José Ballari 25 de Mayo 99
Justiniano Posse
Darío Fabián Ponzano Av. de Mayo 543
Jorge y Jerónimo Carcar Av. de Mayo 414
Laboulaye
Graciela Mariana Sarrailh Quintana 52
Oscar José Fiore Independencia 442
Morrison
Eden Noris Nonino Del Agricultor 822
Adriana Beatriz Soruco Gral. Paz 435
Ucacha
Pastora Lidia Caro
Villa Maria
Enri Albera Santa Fe 753

PROVINCIA DE SAN LUIS

San Luis
N. Sra. del Carmen R. del Líbano 275
Quintana S.C.S. Av. Quintana 210
Adriana de Carmona San Martín 652
Ricardo R. Mariñelarena Ayacucho 719
Rosa Sarmiento de Falvo Manzana 7 Casa 6
Villa Mercedes
Mirtha Norma Zalazar Potosí 270
Olga Beatriz Gil San Martín 1646
Eladia L. Martínez de Hollmann Balcarce 983
Celia Inés Rola Av. Mitre 1700
Ligia Amaya de Mundet Chacabuco 28
María del C.Arango de Ojeda Gral. Paz y Pringles
Alica A. Ochoa de Raba Balcarce 317
Angélica H. Vera San Cayetano 546
Noemi Rodriguez U. Chacabuco 122

PROVINCIA DE SANTA FE

Arequito
Estanislao Rizzotto
Bombal
Omar Valentín Pereyra Garay 496
Carmen
Isabel L. de Trucco Av. Mitre 335
Chovet
Tomás Esther Almena Islas Malvinas 162
Murphy
Graciela Beatriz Di Mella Av. Güemes 205
Norma Mabel Sordello San Martín 411
Beatriz Baracco de Corea Felix Baracco 444
Rosario
Gustavo Rossi Alvear 1001
Liliana Inés Orallo Tucumán 2601
Norma Faggi Del Valle Iberlucea 1384
Maria Jelusich Buenos Aires 1605
Rufino
Héctor Rogelio Gudiño Av. Cobo 622
San Eduardo
Stella Maris Quiriquino Bolivia 498
Santa Isabel
Luis Arminchiardi Mitre y Gral. Lopez
Analía Noemí Cabello Sarmiento 1035
Humberto Raúl Albanesi San Martín 1289
Venado Tuerto
Guillermo Ritondale Estrugamón y Brown
Adela Mónica Marchetti Brown 420
Héctor Angel Menzella Catelli 201
Ricardo Alejandro Bothamley Estrugamou 20-17
María del Carmen Franetovich Chile 401
Edel Arracellin de Guio Brown 420
Gloria Mariana Gabbi Castelli 610
Leonardo Marcelo Gómez Mitre 1620
Mirtha Castellini de Birocco 25 de Mayo 1077
Rodolfo Manzini Mitre Saavedra
Alberto Teitelbaum San Martín
Analía Escalada de Rizzatti Marconi 135
Alda Lucinda Rivero Pringles 103
María Inés Debonis Belgrano 698
Roberto José Ratti Rivadavia y J. B. Justo
Ariel Aníbal Fortuna Mitre y San Martín
Silvina Racca Pueyrredón 104
Manuel Pueyo Aldeguer Uruguay y 3 de Febrero
Elda Placci de Bazán Mitre 1402
José Horacio Del Cueto Catelli 1001
Graciela Beatriz de Gregorio Marconi 403
Liliana Caspechi Avellaneda 207
Adriana Elvira Poliotto Mitre 201
María Susana Pienzi Colón y Azcuénaga
Guillermo H. Bangher Francia y 25 de Mayo
Fedor A. Strenitz Mitre y Lavalle
Alicia B. Guenier Santa Fé 699
Mariel Fernández
Graciela Corinaldessi Iturrase 444

OPINION

Profesionalismo y salud

Por Máximo Lules

El mercado farmacéutico argentino manifiesta, al mismo tiempo que una profunda reconversión y como parte de ella, una competencia de cadenas hasta ahora desconocida en el país y con el probable único antecedente de Chile. Si bien es impredecible el destino de las farmacias que no integran alguna de estas redes, seguramente se consolidarán en el mercado aquellas que sean capaces de resolver correctamente la relación de diversificación de la oferta y atención profesional personalizada.

Tendencias de este tipo se verifican no solamente en nuestro país. En Estados Unidos, por ejemplo, en donde se desarrollaron negocios farmacéuticos convertidos en verdaderos supermercados y en donde el profesional aparecía relegado al rol de un expendedor de jerarquía, se reivindica la atención personalizada y el aprovechamiento de la renta adicional que genera cuando ella es profesional. La *dermofarmacia*, en donde la cosmetología debe ser apoyada por este tipo de servicio, se está desarrollando en el país del Norte en un nivel tal que al frente de algunas perfumerías hay un farmacéutico, aunque en el negocio no se vendan medicamentos. Y ni hablar de ese tipo de negocios cuando es combinado. Es que el avance de la conciencia acerca de la calidad de vida, en gran parte producto de la sociedad informatizada, emergente del cambio tecnológico de los años 80, hace al consumidor más celoso y exigente.

Obviamente, en nuestro país, el público no tiene colectivamente el carácter de las sociedades desarrolladas, pero no caben dudas de que el efecto imitación no tardará en desarrollarse. Más aún, ya se manifiesta en determinados estratos generacionales.

Es como que, y a pesar de ser lo mismo, la gente no irá a la farmacia porque esté enferma, sino porque quiera mantenerse sana.

Actualmente, el 75 por ciento de la gente que concurre a las farmacias son mujeres mayores de 35 años. Y de lo que se trata es de cautivarlas como mercado, agregando a él a menores de esa edad y a varones.

De allí que el mercado de la juventud, fundamentalmente la que practica deportes, en franco crecimiento, pase a ser un objetivo estratégico del marketing.

En esta línea se resolverá la competencia de las *cadenas*.

El éxito estará de parte, como queda dicho, de quien resuelva la diversificación de su oferta con el servicio personalizado de carácter profesional. Una ecuación muy difícil, toda vez que el prestigio de éste no deberá afectarse con una diversificación tan desacertada de su oferta como sería la de un médico que ofrezca a sus pacientes seguros de vida.



UN SERVICIO CALIFICADO, CON DIGNIDAD PROFESIONAL

"Nosotros garantizamos que donde haya una identificación de SuFarma, el público encontrará un profesional farmacéutico responsable y actualizado que le brindará un servicio del más alto nivel."

Son las palabras del presidente de SuFarma, la red de farmacias profesionales que en muy breve lapso ha conseguido adherir a más de 500 farmacias en la Capital Federal y en la provincia de Buenos Aires, una expansión que se extiende también al sur de las provincias de Córdoba, Santa Fe y San Luis y al este de La Pampa.

El farmacéutico Rodolfo M. Marchisio es quien preside SuFarma y a la vez la Cooperativa Acofar, de la ciudad de Azul, una de las seis cooperativas farmacéuticas que se unieron para fundar esta red.

La idea surgió a mediados de 1991. La estabilidad económica creó las condiciones necesarias para un emprendimiento ambicioso como éste. Además, algo había que hacer. Las farmacias, en la Argentina, no habían evolucionado a la par de otros comercios. Todas las modernas técnicas de marketing que se aplican entre nosotros desde hace más de dos décadas parecían no tener vigencia para esta actividad. El farmacéutico en la Argentina parecía haberse estacionado en los años '50.

Pero aquellos eran tiempos mejores para las farmacias. Allí se compraban, por ejemplo, prácticamente todos los artículos de perfumería, de tocador. Se hacían revelar rollos fotográficos. Y hasta era el lugar obligado de compra de peines, cepillos de dientes, hebillas para el pelo. Otros comercios comenzaron a aparecer y a disputar con las farmacias esa parte del mercado. Las farmacias cedieron espacios y hoy, quienes les arrebataron los rubros de perfumería, tocador, accesorios de higiene personal, buscan quedarse también con buena parte de los clientes de medicamentos.

La reacción del farmacéutico se expresa hoy por medio de esta red de farmacias que así, agrupadas, pueden acceder a métodos y tecnologías muy difíciles de obtener por parte de uno o dos particulares.

Acofar, de la ciudad de Azul; Asoprofarma de San Martín; Cofaj, de Junín; Cofaloza, de Lomas de Zamora; Cofasa, de San Miguel, y Macofar, de San Justo, toman la iniciativa de formar SuFarma. Contratan consultores especialistas que diseñan para ella un ambicioso programa de marketing que comprende no sólo el desarrollo de nuevos departamentos dentro de la farmacia, sino también —y muy especialmente— la capacitación de farmacéuticos y dependientes en el manejo eficiente de los nuevos rubros. Y emprenden una tarea de captación de adherentes que en muy pocas semanas les permite "arrancar" con más de medio millar de farmacias dentro de la red.

Las farmacias de SuFarma desterrarán de sus locales el aspecto triste y frío que fue una característica de la actividad durante décadas.

Hacen falta farmacias cálidas, alegres. Porque quien está enfermo y acude en busca de medicamentos necesita encontrar un clima grato. Y porque las farmacias deben incorporar clientes sanos, gente dinámica y activa que practica deportes, que cuida su cuerpo, que quiere mantenerse en buen estado físico.

Uno de los departamentos que desarrolla SuFarma es la Deporfarmacia. Artículos exclusivos, dirigidos a toda clase de deportistas, estarán allí para ser adquiridos con el "plus" que significa encontrar en el lugar de compra al profesional que puede dar un consejo calificado para el uso de lo que se compre, sean vitaminas, energizantes, simuladores de frío o calor, o accesorios como tobilleras, rodilleras, diversos protectores para la práctica de deportes, entre muchos artículos más.

Otros departamentos que las farmacias SuFarma irán incorporando son: Fotografía, con la venta de equipos y materiales y servicio de fotoacabado. Regalos, con eventos puntuales para el Día del Niño, el Día de la Madre o las fiestas de fin de año. SuFarma Bebé, un departamento especializado en productos para los recién nacidos. SuFarma Diet, con toda la gama que requieren los consumidores que cuidan su silueta, SuFarma Variedades y SuFarma Belleza, esta última con productos de la Dermo Farmacia.

Tal como se dijo, la capacitación de los profesionales farmacéuticos es uno de los capítulos más importantes de este programa. No porque a ellos les falte capacidad para atender una farmacia tradicional (para lo cual son sobradamente aptos), sino para poder desempeñarse con éxito en la comercialización de rubros para los cuales no están preparados debidamente. Ya se están efectuando estos talleres de entrenamiento con un éxito notable. Como la cobertura geográfica de las farmacias adheridas es muy grande (cubre prácticamente toda la provincia de Buenos Aires) y a pesar de que se realizan cursos en muchas ciudades, hay profesionales que viajan más de 300 kilómetros para no perderse un taller de capacitación o actualización.

Podría pensarse que el destinatario de todo este emprendimiento es sólo el farmacéutico. Pero si bien éste obtendrá beneficios importantes en el reposicionamiento de sus farmacias, el público conseguirá una ventaja fundamental: tendrá a su alcance una red de servicios de muy alta calidad. Y no sólo en ubicaciones privilegiadas; en los barrios, en la periferia de las grandes ciudades, en localidades pequeñas y aun en aquellos pueblos que cuentan con sólo una farmacia.

Las farmacias SuFarma no serán "drugstores" ni comercios con góndolas impersonales. Serán el lugar donde el público podrá obtener un servicio calificado, con la dignidad profesional que todos esperamos de una farmacia.